

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP  
EVALUASI KONSUMEN PADA PRODUK LAPTOP  
(Studi Kasus Mahasiswa di Kota Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

**Disusun dan Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Oleh:**

**ISTIQOMAH  
B 100 090 179**

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2013**

## PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

**“FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP  
EVALUASI KONSUMEN PADA PRODUK LAPTOP  
(Studi Kasus Mahasiswa di Kota Yogyakarta)”**

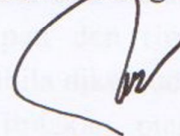
Yang ditulis oleh:

**ISTIQOMAH**  
**B 100 090 179**

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Januari 2013

Pembimbing Utama



**(Nur Achmad, S.E., M.Si.)**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



**(Dr. Triyono, M.Si.)**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ISTIQOMAH**  
NIRM : **09.6.106.02016.50179**  
Jurusan : **MANAJEMEN**  
Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH**  
: **TERHADAP EVALUASI KONSUMEN PADA**  
: **PRODUK LAPTOP ( Studi Kasus Mahasiswa**  
: **di Kota Yogyakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, ..... **Januari 2013**

Yang membuat pernyataan,

**ISTIQOMAH**

## MOTTO

“Jika Anda menginginkan perubahan kecil dalam hidup Anda, maka ubahlah perilaku Anda. Jika Anda menginginkan perubahan besar dan mendasar, maka ubahlah pola pikir Anda”

(Stephen Covey)

“Orang yang suka berkata jujur akan mendapatkan 3 hal, yaitu: KEPERCAYAAN, CINTA, dan RASA HORMAT”

(Sayidina Ali bin Abi Thalib)

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(QS. Al-Baqarah:153)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah:6)

“Jangan meremehkan hal sekecil apapun, sebelum berhasil menjalani dan melewatinya”

(Penulis)

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

- ❖ Ayah (Sariman) dan Ibu (Sudjimah) yang selama ini selalu memberikan doa dan dukungan, baik moril maupun materiil.
- ❖ Kakak-kakakku yang tak henti-hentinya memberikan doa dan semangat (mas Widaryanto, mas Irkhan, mbak Tarmi, mbak Erna, mas Ito, mbak Syifa, mas Agus).
- ❖ Keponakan-keponakanku yang aku sayangi dan memberikan warna tersendiri dalam hidupku (Liya, Akmal, Ayun, Fatih).
- ❖ Almamater UMS.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum, wr. wb.*

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang mana telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan lancar dan tidak kurang suatu apapun.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih pda berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan sehingga selesainya penulisan skripsi ini kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji, MS selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Triyono, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Agus Muqorobin, M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Nur Achmad, S.E., M.Si. selaku pembimbing skripsi utama yang telah memberikan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini.
5. Ibu Zulfa Irawati, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Akademik yang telah membantu studi akademik selama ini.
6. Seluruh dosen Manajemen FE UMS yang telah membimbing penulis selama menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
7. Ayah dan Ibu yang telah memberikan kasih sayangnya, memberikan doa dan dukungan baik moril, spirituil, dan materiil kepadaku sehingga dapat menyelesaikan kuliah tepat waktu.
8. Sahabat-sahabatku (Dewi, Novita, Septi, Dona, Ali, Taufik, Joko, Bangkit, Andi, Radit, Yeni) terima kasih untuk doa dan dukungan dari kalian, semoga persahabatan kita tidak berakhir hingga kita memiliki kehidupan sendiri-sendiri.
9. Kakak-kakak tingkatku alumni FE UMS (mas Baut, mas Taruna, mas Suryanto, Mas Fery, mbak Deni) terima kasih untuk doa, dukungan, arahan, dan bantuannya dari mulai milih judul sampai selesainya skripsi ini.
10. Teman-teman SMP ku (mbak Dwi, Iponk, Aan, Roy), teman-teman SMA ku (Decky, Yudhis, Yuleng), teman-teman 1 kampungku (de' Ahmad, de' Novi, Rina, Binar) yang membantu aku mengisi data, terima kasih. Bantuan dari kalian sangat berarti. Buat Rici, mas Mul, Ary King-king, makasih doa dan dukungannya.
11. Sahabatku Ajik dan mas Manyul, makasih untuk doa dan dukungannya selama ini.



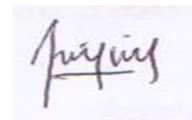
12. Teman-teman kuliahku Manajemen angkatan 2009. Terima kasih untuk doa dan dukungannya selama ini, semoga kita semua sukses dengan jalan kita masing-masing.
13. Teman-teman di Wisma Aisyah. Terima kasih doa dan dukungannya, kebersamaan dikost hampir empat tahun ini tidak akan pernah aku lupakan.
14. Terima kasih untuk para Responden yang telah mengisi data dalam penelitian ini, semoga kebaikan dari semua mendapat balasan dari yang di atas.
15. Serta terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu, bantuan dari semuanya sungguh berarti.

Akhir kata, tak lepas dari sifat manusiawi, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk dapat dijadikan pedoman bagi penulis kelak dikemudian hari.

*Wassalamu'alaikum, wr. wb.*

Surakarta, Januari 2013

Penulis

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Istiqomah', is written on a light-colored rectangular background.

(Istiqomah)



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemasaran .....	7
B. Perilaku Konsumen .....	12
C. Evaluasi Konsumen .....	22
D. Harga.....	23
E. Merek.....	25
F. Iklan .....	26
G. Kualitas .....	28
H. Toko/Penjual .....	30
I. Penelitian Terdahulu.....	36
J. Hipotesis Penelitian .....	38

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Kerangka Pemikiran .....	39
B. Definisi Operasional Variabel .....	39
C. Lokasi Penelitian .....	42
D. Jenis dan Sumber Data .....	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	43
F. Teknik Pengumpulan Data .....	44
G. Instrumen Penelitian .....	45
H. Teknik Analisis Data .....	49

### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Responden .....	54
B. Analisis Data .....	58
C. Pembahasan .....	78

### BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	81
B. Keterbatasan Penelitian .....	83
C. Saran .....	83

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester .....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi .....	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang .....	56
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Merek .....	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Merek.....	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan.....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas.....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Informasi Toko.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Evaluasi Konsumen.....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas .....	66
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	68

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Empat Komponen P dalam Bauran Pemasaran .....	10
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen.....	18
Gambar 2.3 Proses Pengambilan Keputusan Membeli.....	21
Gambar 2.4 Bauran Eceran .....	36
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran .....	39
Gambar 4.1 Uji Normalitas Data .....	65

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Kuesioner
2. Master Tabel (Data Diskriptif Istiqomah - FE UMS 2012)
3. Master Tabel (Data Diskriptif Istiqomah - FE UMS 2012)
4. Analisis Data (Istiqomah - FE UMS 2012)
5. Analisis Data (Hasil Analisis Data Istiqomah)
6. Tabel  $r$  Product Moment
7. Tabel Nilai  $t$
8. Tabel  $F$

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap evaluasi konsumen pada produk laptop (studi kasus mahasiswa di kota Yogyakarta) dan menganalisis variabel manakah yang paling dominan dalam konsumen memilih produk laptop. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen dalam mengevaluasi suatu produk terutama produk laptop. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F, dan determinasi ( $R^2$ ). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di kota Yogyakarta yang menggunakan produk laptop. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden. Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan teknik random sampling. Teknik random sampling yaitu teknik pengambilan sampel dimana setiap populasi mendapatkan kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel harga ( $X_1$ ) sebesar 2,616, variabel kualitas ( $X_4$ ) sebesar 3,103, dan variabel informasi toko ( $X_5$ ) sebesar 2,593 berpengaruh signifikan terhadap evaluasi konsumen karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. Sedangkan variabel merek ( $X_2$ ) sebesar 0,435 dan variabel iklan ( $X_3$ ) sebesar 0,396 tidak berpengaruh signifikan terhadap evaluasi konsumen karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985. Variabel kualitas ( $X_4$ ) merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap evaluasi konsumen dalam memilih produk laptop, karena variabel kualitas mempunyai koefisien regresi yang lebih besar dibandingkan dengan variabel-variabel yang lain, yaitu sebesar 0,411. Dari hasil analisis uji F diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $8,815 > 3,07$ ) hal ini berarti variabel harga, merek, iklan, kualitas, dan informasi toko secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap evaluasi konsumen. Sedangkan hasil analisis uji determinasi ( $R^2$ ) diperoleh angka koefisien  $R^2$  sebesar 0,319.

**Kata kunci :** harga, merek, iklan, kualitas, informasi toko, evaluasi konsumen